

Марченко А. С.,

здобувач вищої освіти

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кочума І. Ю.

Черкаський національний університет

імені Богдана Хмельницького

ІНСТРУМЕНТИ ТА АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СТВОРЕННІ ТА ПРОСУВАННІ БРЕНДУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Готельно-ресторанний бізнес в умовах сучасної конкуренції потребує ефективного брендування [1], що дозволяє сформувати унікальний імідж та забезпечити лояльність клієнтів. Впровадження сучасних технологій, персоналізований підхід до обслуговування та активне використання цифрових платформ є ключовими тенденціями розвитку брендингу в індустрії гостинності.

Брендинг у сфері гостинності охоплює сукупність маркетингових стратегій[2], спрямованих на формування позитивного іміджу підприємства. Основними його складовими є логотип, слоган, корпоративні цінності, якість обслуговування та комунікаційна стратегія.

Сучасні тенденції брендування готельних підприємств:

- використання соціальних мереж та інфлюенсер-маркетингу для підвищення впізнаваності бренду.
- впровадження програм лояльності та персоналізації послуг.
- орієнтація на екологічність та соціальну відповідальність бренду.
- інноваційний підхід до цифрового маркетингу, зокрема застосування big data для аналізу споживчих уподобань [2].

Fairmont Grand Hotel Kyiv є прикладом ефективного брендування у сфері гостинності [3]. Основні складові бренду – преміальний сервіс, унікальна архітектура та персоналізований підхід до обслуговування. Активне використання цифрових технологій, стратегічне партнерство та адаптація до глобальних [1] тенденцій дозволяють бренду підтримувати високий рівень конкурентоспроможності.

Для посилення конкурентних позицій готелю запропоновано:

- розширення цифрового контенту через інтерактивні платформи та віртуальні тури;
- використання big data для персоналізації сервісів;
- впровадження більш екологічних рішень та підвищення соціальної відповідальності.

Брендинг у готельному бізнесі є важливим фактором конкурентоспроможності [3]. Використання інноваційних підходів, цифрових

технологій та стратегічного маркетингу дозволяє підвищити впізнаваність бренду, залучити нових клієнтів та сформувати довготривалу лояльність. Приклад Fairmont Grand Hotel Kyiv демонструє важливість комплексного підходу до брендування, що включає якісний сервіс, персоналізацію та екологічну відповідальність.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Київ, 2016. 16 с.
2. 2Котлер Ф. Основи маркетингу. Київ: Вид-во «Альянс», 2019. 450 с.
3. Чан К. Готельний маркетинг у цифрову епоху. Львів: Вид-во «Гостинність», 2020. 320 с.

Поворознюк І. М.,
канд. екон. наук, доцент
*Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини*

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

У сучасному світі, де питання охорони навколишнього середовища стали одними з найважливіших глобальних викликів, індустрія гостинності, яка включає готелі, ресторани, курорти та інші підприємства, не може залишатися осторонь цих тенденцій. Екологічний менеджмент у сфері гостинності – це підхід до ведення бізнесу, який передбачає збереження природних ресурсів, зменшення відходів і мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище. Інтеграція екологічних практик в управлінські стратегії в індустрії гостинності не тільки дозволяє зменшити витрати, а й сприяє створенню стійкого та відповідального бренду.

Індустрія гостинності, одна з найбільш енергозатратних і ресурсомістких галузей та має значний вплив на навколишнє середовище. Викиди вуглекислого газу, надмірне споживання води, виробництво великої кількості відходів – все це з чим стикаються підприємства під час виробничо-господарської діяльності. Враховуючи ці фактори, все більше готелів, ресторанів і туристичних компаній починають впроваджувати екологічно чисті практики, щоб мінімізувати свій вплив на природу та одночасно створити конкурентну перевагу.

Екологічний менеджмент в індустрії гостинності – це не лише питання скорочення витрат на енергію або воду, але й стратегія сталого розвитку, яка повинна включати соціальну відповідальність, раціональне використання ресурсів та підтримку місцевих громад. Підприємства, які дотримуються принципів сталого розвитку, стають привабливими для все більшої кількості